الشائعة وأثرها على الفرد والمجتمع

The Rumor and its impact on the individual and society

م.م. سَربَســـت عثمان بكر

جامعة السليمانية/ إقليم كوردستان العراق

SARBAST OTHMAN BAKR

assistant teacher

University of Sulaymaniyah / Kurdistan Region of Iraq

٠٠٩٦٤٧٧٠٣٥١٨٠٩٢

sarbast.bakr@univsul.edu.iq

الشائعة وأثرها على الفرد والمجتمع

م.م. سَربَست عثمان بكر

الملخص:

من الواضح أن بداية هدم أي شيء تبدأ بتغيير واقعه وجعله على غير واقعه، وتبدأ هدم المجتمع وتشويه سمعة أفراده لاسيما الوجهاء والقادة منهم، بتغيير واقع أمرهم وصيتهم، وكل ذلك يحصل عن طريق نشر الشائعات والأخبار المكذوبة، والإتيان بما هو غير صحيح وغير واقع منهم، بغية عرض من الدنيا، أو عداوة أو انحراف مطلقي الشائعات عن طريق الحق.

لذلك جاء البحث ليسلط الضوء على جانب من هذا المرض العضال، الذي ابتلي به عدد غير قليل من الناس، وأصبحوا يرددون أو حتى يختلقون الشائعات دون تردد، ولا رادع، وتعرف الشائعة على أنها معلومة غير متحقق من صحتها تتناقل من شخص لآخر، وفي الكثير من الحالات يكون لكلمة الشائعة دلالات سلبية، وتنقسم إلى نوعين رئيسيين بالنسبة لنية مطلقيها، وهما: المعلومات الخاطئة والتي يروجها الأفراد دون نية الخداع والتضليل، والمعلومات المضللة، التي يبث بغرض التضليل والتحايل على الناس لتحقيق مكسب اقتصادي أو سياسي، بيد أنه ومع اختلاف الدوافع وراء اطلاق الشائعة، إلا أن لها نفس التأثير على الفرد والمجتمع، بما أنها تعرقل وتخفض من حد القدرات على فصل الحق من الباطل والجيد من السيء والنافع من الضار، واتخاذ القرارات الصائبة المستقبلية، وأحيانا ما تكون ثمة عواقب وخيمة لقرارات اتخذت بناءً على شائعات ومعلومات غير متحقق من صحتها.

ولا يمكن أن يتم تجاهل الشائعات باعتبارها مجرد ثرثرة داخل أزقة أو أقضية بعينها، حيث أن لأغلبها أكبر تأثير على سامعيها وملتقطيها، ومع ذلك فإنه يمكن استغلال قوتها بشكل يعود بالفائدة على المؤسسات والجهات وحتى الأفراد، فقد تعطي تحذيراً مبكراً عما سيحدث قريباً من أزمات اقتصادية وسياسية، بحيث يمكن تفادي العواقب الوخيمة قبل الكارثة.

Abstract:

It is clear that the beginning of demolishing anything begins with changing its reality and or making it different from its reality, and it begins with the demolition of society and distorting the reputation of its members, especially the notables and leaders among them, by changing the reality of their affairs and their will. In order to display from the world, or the enmity or deviation of those who spread rumors from the path of truth.

Therefore, the research came to shed light on an aspect of this incurable disease, which has plagued quite a few people, and they are repeating or even fabricating rumors without hesitation, or deterrence, and the rumor is known as unverified information transmitted from one person to another, and in many Cases The word rumor has negative connotations, and it is divided into two main types in relation to the intention of its launchers, namely: false information that is promoted by individuals without the intention of deceiving and misleading, and misleading information, which is broadcast for the purpose of misleading and deceiving people to achieve an economic or political gain, however, with different motives behind launching Common rumors, however, have the same effect on the individual and society, since they impede and reduce the ability to separate the right from the wrong, the good from the bad, the beneficial from the harmful, and the right future decisions, and sometimes there are serious consequences for decisions taken based on rumors and unverified information from her health.

Rumors cannot be ignored as mere gossip within certain alleys or districts, as most of them have the greatest impact on their listeners and pickers, however, their power can be exploited in a way that benefits institutions, agencies, and even individuals, as it may give an early warning of what will happen soon in economic and political crises, so that the dire consequences can be avoided before the disaster.

الكلمات المفتاحية:

أثر/ شائعة/ فرد/ مجتمع

Keywords:

impact/ individual/ Rumor/ society

المقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين وعلى آله وأصحابه ومن تبعهم بإحسان الى يوم الدين.

أما بعد: تميل النفس الإنسانية دوماً إلى تنظيم المعلومات بطريقةٍ تحقق أكبر قدرٍ من الوضوح والانتظام والكمال، وعندما يسمع الإنسان خبراً غامضاً يميل فوراً إلى تبسيطه ليكون واضحاً، وفي حال عدم توفّر معلوماتٍ كافيةٍ لذلك يميل إلى سدّ هذه الثغرة وتعويض هذا النقص في المعلومات، وإذا لم يستطع تحصيل ذلك من المصادر الموثوقة يستعين بمصادر أخرى من أوساط الناس والمجتمع، أو من وكالات الأنباء المختلفة وغيرها من وسائل الإعلام المتعدّدة أو بالأخير من عند نفسه ومخيلته... وهذه الأوساط كلها قد تكون بؤراً لبثّ الأخبار الملفّقة الكاذبة والشائعات، مما يؤدي إلى نتيجتين سيّئتين:

١- تصديق الشائعة أو الخبر الكاذب أولاً.

٢- ثم المشاركة في نشره وتوسيع دائرة انتشاره في المجتمع.

إن الشائعة مرض خطير، داءٌ ينخر في عظام المجتمع، خاصة بعد أن أصبحت مهنة من لا مهنة له، ومن النادر أن يجتمع القوم في مجلس إلا ويخالط حديثهم بعض التجاوزات يكون للشائعة منه النصيب الأكبر والحظ الوافر.

وأن الله -تعالى- قد وجه النفس البشرية إلى ما يحقق لها سعادتها في الدنيا والآخرة في قوله: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (٧٠) يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا (٧١)﴾ [الأحزاب: ٧٠ – ٧١].

ولو نظرنا إلى مسألة (الشائعة) اليوم لوجدناها مشتملة على كثير من المغالطات وقلب الحقائق، والإذعان لما يّسوَّق في المجالس والإعلام من كلام مخالف للحقيقة، وهذا يعني استمرار الظلم والقبول بزخرف القول، وكل يوم تطلع فيه الشمس تطلع معها (شائعة) جديدة، ويطلع معها متطفلون يتعاهدونها بالشائعة والتأييد والتنطع ﴿لَتُبْلَوُنَّ فِيْ أَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ وَلَتَسْمَعُنَّ مِنَ الَّذِيْنَ أُوْتُوا الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكُمْ وَمِنَ الَّذِيْنَ أَشْرَكُوْا أَذًى كَثِيْرًا وَإِنْ تَصْبِرُوْا وَتَتَّقُوْا فَإِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الأُمُوْرِ﴾ [آل عمران: ١٨٦]، فكم سمع

المسلمون من الأذى والإهانة والتشكيك في وحدة صفهم وكلمتهم، وهذا ليس بغريب بل هو سنة ماضية، إنما الغريب أن يساعد في نشر أذاهم شريحة من المسلمين، أو بعض الغيورين الذين خرجت عاطفتهم وحماستهم عن الحد الشرعي لها، فأعانوا –على حسن نية– على زيادة الجراح، ونشر الشائعة.

ولو بحثنا عن سبب الآثار المترتبة عن الشائعة لوجدنا أن النواة والبذرة الأولى هي عدم التثبت في الأخبار، وأخذها جزافاً دون تمحيص أو نقد.

ولو رجعنا إلى مبادئ الإسلام في مثل هذه الأمور لما حدث ما حدث، وما يحدث الآن، وما سيحدث – والعلم عند الله – من تناقض الأخبار والمصادر، فهذا ينفي، وهذا يثبت، وذاك يشكك، وآخر يؤكد، فكم من حي قد أميت، وكم من ميت قد أحي، وكم من ضال شاع أمره بأنه أصبح من الأولياء، وكم من صالح ذُكر أنه نكص على عقبيه، وكم من بريء قد اتهم، وكم من متهم حوله قرائن وشواهد قوية قد برئ براءة كاملة فاختلط الحابل بالنابل.

فما مبادئ الإسلام في مثل هذا الأمر؟

منهج عظيم، وميزان دقيق أدق من ميزان الذهب في بيان صحيح الأخبار من سقيمها يتمثل في نصوص كثيرة على رأسها: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ [الحجرات: ٦]، نداء وأمر بالتبين وتحذير ثم بيان العاقبة الوخيمة في حالة عدم التروي والتثبت. أمّا النصوص الثابتة في السنة فكثيرة منها:

قوله –صلى الله عليه وسلم–: "كفى بالمرء كذباً أن يحدث بكل ما سمع". (ابو داود: ٤٩٩٢).

أما كلام العلماء في التثبت في الرواية فأشهر من أن يحصر، بل عقدوا له أبواباً في كثير من كتبهم وخاصة فيما يتعلق بكتب مصطلح الحديث، فمن ذلك قول مالك لابن وهب: اعلم أنه ليس يسلم رجل حدّث بكل ما سمع، ولا يكون إماماً أبداً وهو يحدث بكل ما سمع.

<u>أسباب اختيار الموضوع:</u>

١- التأثير الكبير الذي يخلفه كل رسالة (خبراً كان أو شائعة) على المستقبل.

٢- العلاقة الكبيرة بين الخبر الصحيح والشائعة، إذ أن الشائعة دائما تشتمل على فتات من الأخبار وبالتالي تشتمل على جانب من الحقيقة.

٣- صعوبة غربلة فُتات الخبر الصحيح من الشائعة.

٤- الرابط بين التربية والتنشئة الاجتماعية من جانب، وما يسمعه الفرد من أخبار صادقة وشائعات يومية من جانب آخر.

أهداف البحث:

١- بحث قوة كل داعٍ ومعلنٍ، سياسي واجتماعي وتربوي، وكيفية ارسال رسالاتهم.

٢- بيان المميزات التي يتميز بها ناشر الأخبار وناشر الشائعات.

٣- معرفة الضوابط الاساسية لاختيار ومتابعة الأخبار والشائعات.

٤- معرفة مدى ذكاء مرسل الخبر والشائعة في إسراع عملية التغيير الاجتماعي التي تحصل عند المستقبِل.

٥- معرفة الدوافع الخاصة وغيرها عند ناشري الشائعات.

٦- معرفة اشكال الشائعات وأنواعها بهدف اجتنابها ومعالجتها.

٧- معرفة ما يتناسب عند معالجة الشائعة من أساليب ووسائل.

اشكالية البحث:

تتمحور إشكالية هذا البحث في ماهية الدور الحقيقي للفكر الإسلامي في معالجة الشائعات والأخبار المغلوطة، وما هي الوسائل والأساليب المتبعة في ذلك، مع بيان السبل الكفيلة بالحد من الآثار السلبية الناجمة عنها في المجتمعات الإسلامية وغير الإسلامية.

منهجية البحث:

والمنهجية المتبعة هي منهج وصفي-تشخيصي، بهدف كشف المظاهر المتميزة للخبر والشائعة، وبيان الطرق الصحيحة للفرق بينهما وكيفية قبولهما أو دحضهما.

مخطط البحث:

يتكون البحث من ثلاثة مباحث، وكل مبحث إلى مطلبين:

المبحث الأول: الخبر، أنواعه وضوابط قبوله.

المطلب الأول: مفهوم الخبر وأنواعه.

المطلب الثاني: ضوابط قبول الخبر.

المبحث الثاني: الشائعة وأثرها في المجتمع.

المطلب الأول: مفهوم الشائعة ومصادرها.

المطلب الثاني: القيمة الزمنية للشائعة وأثرها في المجتمع.

المبحث الثالث: أساليب ووسائل معالجة الشائعات.

المطلب الأول: أساليب ووسائل إسلامية في معالجة الشائعة.

المطلب الثاني: أساليب ووسائل إعلامية في معالجة الشائعة.

- الخاتمة.

- المصادر.

المبحث الأول: الخبر، أنواعه وضوابط قبوله.

أصبحنا اليوم في عالم يعيش على الأخبار وبالأخبار، وأصبح المواطن العادي في كل بلد يسأل عن الأخبار، ويطلبها ويحرص على الوقوف عليها من مصادرها المتاحة له، ولم يعد اهتمام هذا المواطن مقتصراً على أخبار بلده، على أهميتها ووفرتها، ولكن تجاوزها إلى أخبار البلاد الأخرى يتابع مشكلات العالم وأحداثه، وبخاصة تلك التي تتصل ببلده أو البلاد التي تشارك بلده نفس المصير، وأصبحت أخبار ما تفعل أو تقول الشخصيات العالمية مألوفة لديه ومثيراً لاهتمامه.

ومع التقدم الهائل الذي تحرزه البشرية في المادة الإعلامية ووسائلها الحديثة، "فإن الخبر ما يزال يمثل حجر الأساس في العملية الإعلامية، وتتفرع منه باقي الأنواع العمليات الصحفية الأخرى، كالتحقيق والتحليل والمقال والتقرير والقصة الإخبارية بمفهومها الجديد في الإعلام الأمريكي[1].

المطلب الأول: مفهوم الخبر وأنواعه.

تمثل الأخبار جانبا مهما داخل عالم الإعلام في عالمنا المعاصر، وتبقى باستمرار السبيل الأهم في متابعة الأحداث وتطوراتها، ويمثل (الخبر) عنصراً أساسياً في العملية الإعلامية، سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة أو قنوات التلفزة وشبكات البث الفضائي والعنكبوتي. فصناعة الأخبار وأساليب إعدادها وإخراجها قد شهدت تطورا كبيرا في سنوات العقد الأخير من القرن الماضي، وقد امتد ليشمل لغة الخبر وصياغته وتحريره والشكل الذي يصل به إلى المتلقي، لذلك فقد أولاه الباحثون أهمية خاصة، انسجاما مع تلك التطورات الكبيرة التي تشهدها الصحافة والإعلام في نظرتنا إليها كعلم وفن وصناعة[2].

أولاً: مفهوم الخبر.

أ- **تعريف الخبر لغة واصطلاحاً.**

تمثل الأخبار ركنا مهما من أركان الإعلام وأداة بارزة تمكن الجماهير من التواصل مع الأحداث المحلية والعالمية، كما تمثل واحدة من الوسائل الاساسية التي تتيح تكوين الانطباعات وتشكل الاتجاهات، فضلاً عن أحداث التأثير في العلاقات الدولية. ونأتي إلى التعريف، حيث أن:

١- الخبر لغة:

"واحد الأخبار، وأَخْبَرَهُ أنبأه، واستَخْبَرَ سأل عن الخبر وطلب أن يخبر، وخبرت بالأمر أي علمته، والخبر هو ما أتاك من نبأ"[١]، و "أن الخبر هو استجلاء لبواطن الأمور مما يوصل إليها بالخبر اليقين"[٢].

والخبر عرفاً ولغةً هو ما ينقل عن الغير وهو مرادف النبأ وأن النبأ خبر مقيد بكونه عن أمر عظيم[٣]، وفي المعجم الوسيط الذي أصدره مجمع اللغة العربية فيرى أن "الخبر هو ما ينقل ويحدث به قولاً أو كتابة"[٤].

وفي القران الكريم ورد الخبر في مواضع كثيرة بمعنى النبأ وهو ما اتفقت عليه كثير من المصادر، والخبر "هو العلم بالأشياء المعلومة من جهة الأخبار وخبرته وأخبرت أي علمت بما يحصل، وقيل المعرفة ببواطن الأمور[٥] كما جاء في الآية الكريمة: ﴿وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَهِيَ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ صُنْعَ اللَّهِ الَّذِي أَتْقَنَ كُلَّ شَيْءٍ إِنَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ﴾ [النمل:٨٨].

٢- الفرق بين الخبر والنبأ.

النبأ بمعنى الخبر، قال الله تعالى: ﴿نَبِّئْ عِبَادِي أَنِّي أَنَا الْغَفُورُ الرَّحِيمُ﴾ [الحجر: ٤٩] وقال تعالى: ﴿فَلَمَّا نَبَّأَهَا بِهِ قَالَتْ مَنْ أَنْبَأَكَ هَذَا قَالَ نَبَّأَنِيَ الْعَلِيمُ الْخَبِيرُ﴾ [التحريم: ٣].

وجاء في لسان العرب[١]: (النبأ: الخبر، والنبيء المخبر عن الله عز وجل، لأنه أنبأ عنه، وهو فعيل بمعنى فاعل. وقال الفراء[٢] النبي: هو من أنبأ عن الله فترك همزه، قال: وإن أخذ من النبوة والنباوة وهي الارتفاع عن الأرض-أي أنه شرف على سائر الخلق-فأصله غير الهمز).

قال ابن تيمية: (وهو "أي لفظ النبي" من النبأ، وأصله الهمزة وقد قرئ به، وهي قراءة نافع يقرأ النبيء، لكن لما كثر استعماله لينت همزته كما فعل مثل ذلك في الذرية، وفي البرية، وقد قيل هو من النبوة، وأيضا فإن تصريفه أنبأ ونبأ ينبئ وينبئ بالهمزة، ولم يستعمل فيه نبا ينبو، وإنما يقال هذا ينبو عنه، والماء ينبو عن القدم إذا كان يجفو عنها، ويقال النبوة، وفي فلان نبوة عنا أي مجانبة، فيجب القطع بأن النبي مأخوذ من الإنباء لا من النبوة)[٣].

٣- الخبر اصطلاحاً:

تعددت تعريفات الخبر وتشعبت تشعباً كثيراً بالنظر للأهداف والتوجهات والزوايا التي ينظر من خلالها للأخبار، وأن محاولة حصر وجمع وتصنيف كل التعريفات المقدمة للخبر الصحفي مهمة صعبة لا تقل صعوبة عن تقديم تعريف للخبر "فمن ناحية يوجد كم هائل من التعريفات المطروحة بطريقة يصعب حصرها وسردها وتزداد الصعوبة إذا علمنا أن الكثير منها مكرر وبعبارات تماثل عدد العاملين في ميدان الصحافة"(٤).

والخبر هو(١):

مادة إعلامية تسمح ببيع الجريدة وتجعل الناس يستمعون إلى الإذاعة ويشاهدون التليفزيون ويتصفحون المواقع الإخبارية. **أو** نقل وقائع تهم القراء والمستمعين والمشاهدين وتفيدهم. **وهو** رواية مختصرة لأحداث ووقائع وأفكار تشد انتباه الناس وتساعدهم على التعامل مع محيطهم. **أو** كل ما يجهله القارئ قبل قراءة الجريدة. **وكل** ما يشد انتباه أكبر عدد من القراء. **وهو** كل ما يحدث ويهتم به الناس. **أو** كل ما قد يتحدث عنه الناس. **وكل** ما يثير فضول الناس. **أو** الاستطلاع الدقيق للأحداث الإنسانية والآراء التي تهم الناس وتؤثر فيهم.

ويرى "جيرالد وجونسون" أن "الخبر هو ذلك التقرير عن تلك الأنواع من الأحداث التي يجد الصحفي من الدرجة الأولى نفسه مرتاحا كصحفي إلى كتابتها ونشرها"(٢). وأورد جلال الدين الحمامصي تعريفاً للخبر لا يختلف كثيرا عن قناعات سابقيه في مجال إعطاء الأولوية لخيارات رئيس التحرير وما يهم القراء والمتتبعين، فهو يرى أن "الخبر هو كل خبر يرى رئيس التحرير أو رئيس قسم الأخبار في جريدة ما أنه جدير بأن يجمع ويطبع وينشر على الناس لحكمة أساسية هي أن الخبر في مضمونه يهم أكبر جمع من الناس"(٣).

والملاحظ أن التعريفات السابقة تركز على ذكاء رؤساء التحرير في خيارات الأخبار، غير أن آخرين زادوا عناصر أخرى في تعريفات الخبر، رأوا أنها مهمة لكونها ذات طابع ترويجي، ويأخذون الخبر على أنه الإثارة والغرابة والخروج عن المألوف، فيعرف "نورث كليف" الخبر على هذا الأساس وظل مَثَلُهُ "إذا عض الكلب إنسانا فليس هذا بخبر، ولكن إذا عض الإنسان كلبا فهذا هو الخبر"(٤).

ويسير "جوزيف بوليتزر"[١] في نفس الاتجاه، فهو يرى أن "الخبر يوجد عندما توجد الجدة والتميز والدراما والرومانسية والإثارة والتفرد وحب الاستطلاع والطرافة والفكاهة"[٢].

ثانياً: أنواع الخبر.

تتنوع الأخبار تنوعاً كبيراً، ولا شك أن عناصر الأخبار تؤثر في نوعيتها، فبعض العناصر تحدد أنواعاً بعينها من الأخبار، كأخبار الكوارث الطبيعية، والأخبار العلمية الاستكشافية، والأخبار الاقتصادية، بحيث أنه يمكن تصنيف الأخبار حسب العناصر التي تدخل في تكوينها وتضفي عليها صفة الخبر، ولكن ثمة أكثر من تصنيف للأخبار، وسنورد بعض التصنيفات الرئيسة التي قد تساعد في تمييز الأخبار وفهمها ومعرفة مصادرها:

١- التقسيم المكاني الجغرافي[٣]: وتصنف الأخبار وفق هذا التقسيم إلى: الداخلية أو المحلية والخارجية أو الدولية أو العالمية.
٢- التقسيم الزمني[٤]: وهو نوعان: المتوقعة وغير المتوقعة.
٣- التقسيم النوعي[٥]: وهو ثلاثة أنواع: القصير والموضح والمركب.
٤- التقسيم حسب الموضوع (التقسيم التقليدي)[١]: كتصنيف الأخبار الى أخبار سياسية أو أخبار اقتصادية أو رياضية أو فنية.
٥- التقسيم النمطي[٢]: وبحسب هذا التقسيم يكون الخبر أربعة أنواع: الصحفي والإذاعي والتلفزيوني والالكتروني.
٦- التقسيم حسب الجاهزية والصنع[٣]: وهو نوعان: الجاهز والمصنوع.
٧- التقسيم حسب التجريد والتفسير[٤]: المجرد والمفسر.

وفيما يتعلق بكلمة "خبر" فقد وردت في القرآن في موضعين، وكلاهما يتعلق بالنبي موسى عليه السلام وهو يسير بأهله من مدين إلى مصر، كما في قوله تعالى: ﴿إِذْ قَالَ مُوسَى لِأَهْلِهِ إِنِّي آنَسْتُ نَارًا سَآتِيكُمْ مِنْهَا بِخَبَرٍ أَوْ آتِيكُمْ بِشِهَابٍ قَبَسٍ لَعَلَّكُمْ تَصْطَلُونَ﴾ [النمل:٧]، وقوله عز وجل: ﴿فَلَمَّا قَضَىٰ مُوسَى الْأَجَلَ وَسَارَ بِأَهْلِهِ آنَسَ مِنْ جَانِبِ الطُّورِ نَارًا قَالَ لِأَهْلِهِ امْكُثُوا إِنِّي آنَسْتُ نَارًا لَعَلِّي آتِيكُمْ مِنْهَا بِخَبَرٍ أَوْ جَذْوَةٍ مِنَ النَّارِ لَعَلَّكُمْ تَصْطَلُونَ﴾ [القصص: ٢٩].

وفي الآيتين قال موسى عليه السلام سآتيكم ولعلي آتيكم بخبر، ولم يقل بنبأ، لأنه كان يتكلم عن مشهد قائم ماثل للعيان عندما رأى النار، وتوقع أن يجد عندها خبر الطريق أو يقبس منها فيستدفئ هو

وأهله، ومضى إلى النار التي آنسها ينشد خبراً، فإذا هو يرجع منها بخبر عظيم، حيث تلقى النداء الأسمى وهو الاصطفاء الذي وراءه التكليف بحمل الرسالة إلى اكبر الطغاة في الأرض في ذلك العصر[١]، "وواضح من الآيات الكريمة أن كلمة (خبر) في المفرد وكلمة (أخبار) قد استعملها القران الكريم في الكشف عن الوقائع القريبة الوقوع عند نزول القران والملاحظ من الآيتين الكريمتين أن النبي موسى عليه السلام لم يكن يعلم ماذا عند النار لأنه لو كان يعلم ما سيرجع به من الخبر العظيم لقال سآتيكم منها (بنبأ) ولكنه قال سآتيكم ولعلي آتيكم منها (بخبر) لأنه لم يكن يعلم"[٢]، والخبر عند علماء الحديث مرادف لمعنى الحديث ويطلق اللفظان على المرفوع، والمقطوع وعلى الموقوف، وقيل الحديث ما جاء عن النبي عليه الصلاة والسلام والخبر ما جاء عن غيره. وأشار مفسرون كثيرون إلى أن كلمتي خبر ونبأ مترادفتين لغوياً وتحيلان إلى ذات المعنى؛ فيما انفرد الممارسون الإعلاميون باستعمال كلمتي أنباء وأخبار بذات الصيغة وقرنوها بالمعاني التطبيقية لهما.

المطلب الثاني: ضوابط قبول الخبر.

تشير الدراسات والنظريات الإعلامية الوضعية إلى ضرورة تمتع القائم بالاتصال بالحرية الكاملة في البحث عن الأخبار وتتبع المصادر، ومن حقه وفق هذه النظريات جميعاً أن يتبع كل الطرق والمسالك في سعيه لاستقاء الأخبار، وتسقط هذه النظريات أهمية الوسيلة التي اتبعها في الحصول على ما يسمى "سبقا صحفيا" ومدى مشروعيتها من الجانب الأخلاقي أو القانوني بقدر ما تهتم بتحقيق الانفراد، وكسب الرهان التجاري دون مراعاة أثر نشر الخبر وانعكاساته على الجمهور.

من هنا كان من الواجب اعتماد بعض الضوابط المهنية والقانونية والشرعية لنقل الأخبار وقبولها من مصادرها، كما صَرَخَ وصَرّحَ بعض الجمعيات والنقابات والمؤسسات الصحفية والإعلامية في مواثيق شرف عملها ونظامها الداخلي، إلى ضرورة وجود هذه الضوابط، منها[١]:

١- الدقة والمصداقية والشفافية، وذلك عبر التحقق من صحة الأنباء دون مغالطات أو افتراءات أو تزييف للحقائق أو تضليل للرأي العام، ووضع المعلومات والصور في سياقها، وعدم نقل أي أخبار أو معلومات تم التأكد من عدم صحتها.
٢- الموضوعية والحيادية والاستقلالية، والتفرقة بين التغطية الإخبارية المجردة وبين التعبير عن وجهة النظر الشخصية أو القناعات الأيدولوجية، وعدم صياغة الأخبار بأسلوب قد يدل على الانحياز

لأيديولوجية سياسية أو معتقد طائفي معين، وعدم الانحياز إلى الدعوات العنصرية أو التي تنطوي على ازدراء الأديان أو كراهيتها.

٣- التجريد من التشويه أو التزييف أو التضليل أو سوء النية، ونسب الأقوال والأفعال إلى مصادر معلومة قدر الإمكان، ومراعاة أن يكون عنوان الخبر معبرا بدقة عن محتواه وضرورة ذكر مكان الحدث وتاريخه.

وإذا كان الخبر يمثل حجر الأساس في العملية الإعلامية ككل فقد شمله المشرع بقواعد حكيمة وضوابط سليمة تنظم التعامل معه جمعاً ونشراً وتداولاً، وتجعل منه أداة لنشر الكلمة الطيبة وترسيخ السلوك القويم، وتأسيس النموذج الأمثل للفرد، "وبذلك نجد أن القرآن قد اهتم بكلمة خبر ومرادفاتها، كما اهتم بالرسائل الإخبارية في ذاتها وبصياغتها وأسلوبها الذي يجمع بين الدقة والوضوح والإيجاز غير المخل بالمعنى والتفصيل البعيد عن الحشو والكلام الزائد الذي لا موضع له وحسن العرض في فنية رقيقة دقيقة"[٢]. "وأن استجلاء الملامح الأساسية لصناعة الأخبار يقتضي التأمل في طبيعة الركائز الأساسية لهذه الصناعة، والعوامل المؤثرة فيها فمن المعروف أن صناعة الأخبار تقوم على ثلاث ركائز أو عمليات أساسية وهي، جمع الأخبار، تصنيع الأخبار، توزيع الأخبار"[٣].

فقد اهتم القرآن الكريم بالخبر ابتداء من معالجة مرحلة جمعه وهي من أهم خطواته وأكثرها حساسية، فمن مرحلة الاستقاء يتم التعرف على إمكانية انتشاره ورواجه، واوجد له الضوابط التي تعنى بضرورة الانتباه لمصادره وتحديد كيفية الحصول عليه والطريقة التي يتم بها التعامل مع الجوانب المتعلقة بحدوثه. وهناك ضوابط تشير إلى ضرورة الانتباه إلى المرحلة الثانية من تصنيع الخبر، وهي كيفية تقديم متنه ومحتوياته ومعالجته من حيث مطابقته لظروف حدوثه، وهي مرحلة مهمة تعنى بصدق وموضوعية وآنية الخبر. ولم تهمل الضوابط القيمة التي وضعتها الآيات العطرات المرحلة الثالثة والأخيرة لإنتاج الخبر والمتعلقة بمعالجة توزيعه وأثره وصداه وكيفية التعامل مع انتشاره ورواجه.

المبحث الثاني: الشائعة وأثرها في المجتمع.

للشائعات ميدان متسع ليشمل كل مناحي الحياة، فهو يمتد إلى جوانب الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها، ولذا كان التصدي لها بالمواجهة نوعاً من الدفاع عن المجتمع، واللجوء إلى الشائعات هو أسلوب ماكر يحتاج إلى مواجهات تعتمد على الذكاء والخبرة، وتقوم على الأسلوب الشرعي والعلمي والسند القانوني.

وقد أشارت آيات القرآن الكريم إلى خطورة الشائعات وعظم شرها، محذرة من مخاطرها على المجتمع، ففي قوله تعالى ﴿لَوْ خَرَجُوا فِيكُمْ مَا زَادُوكُمْ إِلَّا خَبَالًا وَلَأَوْضَعُوا خِلَالَكُمْ يَبْغُونَكُمُ الْفِتْنَةَ وَفِيكُمْ سَمَّاعُونَ لَهُمْ ۗ وَاللَّهُ عَلِيمٌ بِالظَّالِمِينَ﴾ [التوبة: ٤٧] إشارة إلى صنيع المنافقين بالإشاعة والإثارة التي يتسللون من خلالها إلى الصف المسلم، ومما يضاعف الأثر الذي تحدثه شائعاتهم أن في صف المسلمين من يصغي إليهم ويسمع قولهم[١].

المطلب الأول: مفهوم الشائعة ومصادرها.

أولاً: مفهوم الشائعة.

الشائعة من الشيوع الذي يعني الانتشار غير المحدد، نقول شاع الأمر وشاع الذعر، وشاع الأثر، وشاع الخير، وفي المعجم: شاع الخبر في الناس يشيع شيعاً، فهو شائع إذا انتشر وافترق، وأشاعه: أطاره وأظهره، و: هذا خبر شائع وقد شاع في الناس: أي اتصل بكل واحد فاستوى علم الناس به ولم يكن علمه عند بعضهم دون بعض، والشائعة: الأخبار المنتشرة[١]. واصطلح على أن الشائعة هي الخبر المختلق كلياً أو جزئياً وليس عليه دليل ولا برهان [٢]، وهي "رواية تتناقلها الأفواه دون التركيز على مصدر يؤكد صحتها، أو أنها اختلاق لقضية أو خبر ليس له أساس من الواقع، أو هي مجرد التحريف بالزيادة أو النقصان في سرد خبر يحتوي على جزء ضئيل من الحقيقة"[٣] وأنها "الأقوال والأحاديث والروايات التي يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها ودون التحقق من صدقها"[٤].

ثانياً: مصادر الشائعة.

لا تتحقق الشائعة إلا إذا اتصفت بصفتين أساسيتين، هما: الأهمية والغموض[٥]، وتتولد من خلال إحدى ثلاث حالات[٦]:

- إيجاد خبر لا أساس له من الصحة.
- تلفيق خبر، لجزء منه نصيب من الصحة.
- المبالغة في نقل خبر ينطوي على بعض من العناصر الصحيحة.

لذلك فإن مصدر الشائعة يتغير تبعاً للمصلحة المقصودة من تلك الإشاعة، من الفرد إلى الجماعة ومن الشخص البسيط إلى القادة السياسيين والعسكريين، وتلعب الحروب الدائرة بين الأجهزة الاستخباراتية

أيضاً دورها الفاعل في بث الشائعات، وتكون الأجهزة الإعلامية مصدراً لكثير منها، وهي بيد المحترفين من رجال الحرب النفسية، يُستعمل للسيطرة على الاتجاهات الشعبية وزعزعة الوحدة الفكرية والانتماء والتماسك الاجتماعي. وكذلك بث روح الانتقام لنشر جو من الشك بين القادة والشعب وبين الضباط والجنود وبين الأصدقاء والحلفاء.

المطلب الثاني: القيمة الزمنية للشائعة وأثرها في المجتمع.

تمر الشائعات في انتشارها بعدة أطوار:

١- طور الولادة: وهي طور إنتاج الشائعة، ففيها يقوم العدو أو الطابور الخامس أو العملاء والمأجورين أو بعض رجال الاعلام بإنتاج الشائعة، عند توفر الجو والوقت المناسب، أي الوقت الذي يطلب الناس فيه المعلومات التي تساعدهم على تفسير ما يجري حولهم في الحرب والسلم ولا يجدونها، فيقوم مصدر الشائعات بتزويدهم بمعلومات تلبي رغباتهم، ويقوم لهم بتفكيك الغموض والشك.

٢- طور الدائرة او الانتشار: وهي طور ذيوع الشائعة بين الناس، إنها الطريق الدائري الذي تسير فيها الشائعات، إذ تعتمد الشائعات بشكل رئيس على العمل الجماعي، فالأفراد والجماعات يطلقونها ويشتركون في ترويجها، "فمنهم من يوصل رسالة الشائعة إلى الجمهور المستهدف، وهو أهم دور في طور الانتشار، وبعضهم يفسرونها محاولين فهم ما يجري حولهم، وآخرون مشككون فيما سمعوا أو قرأوا ويحذرون غيرهم منها، ومنهم من يحاول تقديم التفسيرات الخاصة بتلك الشائعة دون غيرها، وجماعة تقوم بالتصرف بناءً على الأخبار أو المعلومات الواردة في تفاصيل الشائعة، وهؤلاء هم عامة الناس الذين ينقصهم الوعي الكافي"[١].

٣- الطور النهائي أو الموت: وهي المحصلة النهائية لعملية ولادة وانتشار الشائعة وعمرها وقيمتها الزمنية، فمنها ما تحيا لمدة ساعة أو ساعات، أو يوم وأيام، أو شهر وعدة أشهر، أو سنوات وقرون، أو تموت لتعاود الظهور في فترات دورية، "وفي تحليل للشائعة قام به علماء العلوم الاجتماعية في أمريكا ونشرت نتائجه سنة ١٩٩١ قالوا: إن الشائعة هي عبارة عن نوع من الجراثيم أو الفيروسات النشطة، والتي تنمو بسبب قدرتها على توليد مخاوف لدى الجمهور المستهدف، تمكنها من الانتشار، وتتغير هذه الجراثيم لتناسب أوضاعاً جديدة، وبعضها عاشت لعدة قرون"[٢]، ومن أمثلتها شائعات اليهود عن عيسى ابن مريم وأمه عليهما السلام، رغم دحضها في القرآن الكريم في أكثر من موضع، والإسرائيليات الموجودة منذ قرون في بعض كتب التراث الإسلامي، والإفك المختلق لأم المؤمنين عائشة بنت الصديق رضي الله عنها، والتي قصدوا بها شخصية الرسول صلى الله عليه وسلم، وبالرغم من نزول الآيات المباركات

ببراءتها، إلا أنها تتردد إلى زماننا هذا زيفا وزوراً وبهتانا على ألسنة أناس لا يخافون الله في عرض سيد الأنباء والمرسلين وزوجته الطاهرة.

المبحث الثالث: أساليب ووسائل معالجة الشائعات.

إن الانشغال بإشاعة الأخبار السيئة، وتضخيم أخطاء الناس، والحرص على تصيدها ومتابعتها والتفاكه بعرضها في المجالس، يشيع الاضطراب والقلق في النفوس، ويكون من باب إشاعة الشعور بالإحباط واليأس عند كثير من الناس، ومن باب نشر الفتنة وتهوين نقلها بين الشباب وربما قاد ذلك الى تهوين ارتكابها في نفوسهم. وفي ظل هذا الواقع المرير لانتشار الشائعة وتغلغلها في مختلف جوانب الحياة وعلى جميع المستويات، أصبحت مقاومة الشائعة ومواجهتها واقعاً ملحاً، وضرورة من ضرورات الأمن والأمان للأفراد والمجتمعات.

المطلب الأول: أساليب ووسائل إسلامية في معالجة الشائعة.

لا شك أن العناء الشديد الذي عاناه المسلمون من حرب الشائعات التي شنت ضدهم، كان من الطبيعي أن يجعلهم في حاجة ملحة إلى ما يحصنهم ضدها، وإلى أسلحة يتصدون بها، لذلك تكفل الوحي الإلهي بأهم تلك الأسلحة التي جاءت في الآيات القرآنية الكريمة، كما تكفل لهم رسول الله صلى الله عليه وسلم بتوجيهات إسلامية فعالة، كان لها آثار بعيدة المدى في مقاومة تلك الشائعات، والقضاء عليها في الوقت المناسب.

فنجد أن نصوص القرآن والسنة مليئة بالتوجيه والإرشاد الى وسائل دحض الشائعات واجتنابها ومعالجتها، ونرى في القرآن الكريم هذه المعالجات:

١- التثبت عند سماعها وعدم الاستعجال في تصديقها[١] حتى تتبين حقيقتها، وعدم المبادرة في الأخذ بها؛ دون روية وفكر وبحث، كما قال تعالى في ذكر حادثة الإفك: ﴿لَولَا جاؤُوا علَيه بِأَربعة شُهداء فَإِذْ لَم يأْتُوا بِالشُّهداء فَأُولَئِك عند اللَّه هم الْكَاذبون﴾ {النور:١٣}. وكما ورد في السنّة النبوية المطهرة، قال عبد الله بن أبي بن سلول –زعيم المنافقين– في غزوة بني المصطلق: ﴿لَئِنْ رَجَعْنَا إِلَى الْمَدينَةِ لَيُخْرِجَنَّ الأعَزُّ مِنْهَا الأذَلّ﴾ {المنافقون:٨}، يريد بالأعَزِّ نفسه وبالأذَلِّ رسول الله، فنقل زيدٌ بن أرْقم الأنصاري هذا الكلام إلى الرسول، فتغير وجهه وأراد أن يتثبت من صِحة النقل فقال: "يا غلام لعلَّك غضبت عليه فقلتَ ما قلتَ" فقال: والله يا رسول الله لقد سَمِعْتُه. فقال: "لعله أخطأ سمعُك". وفي رواية البخاري: فصدَّقهم وكذَّبني

فأصابني هَمٌّ لم يصبني مثله، فجلست في بيتي فأنزل الله (إِذَا جَاءَكَ الْمُنَافِقُونَ...) فقال له النبي: "إنَّ الله قد صدقك يا زيد"، (البخاري: ٤٩٠٠)، وهذا الإجراء من النبي –صلى الله عليه وسلم– دليل على وجوب التَّحري والتثبُّت، حَتَّى لو نُقلت الإشاعة عن العدو.

٢– عدم التحدث بكل مسموع والتحرز من النشر[١]، فإن الناس لو سكتوا عن الشائعات لماتت في مهدها، ولم تجد من يحييها، قال تعالى: ﴿وَلَولا إِذْ سَمِعتُمُوهُ قُلتُم ما يَكُونُ لَنا أَن نَتَكَلَّمَ بِهذا سُبحانَكَ هذا بُهتانٌ عَظيم يَعِظُكُمُ الله أَن تَعودوا لِمِثلِهِ أَبَداً إِن كُنتُم مُؤمِنين﴾ {النور:١٦–١٧}.

٣– رد الأمور إلى أولي الأمر والأجهزة المختصة، وعدم إشاعته بين الناس، خاصة الأخبار المهمة التي لها أثر في واقع المجتمع وحياة الناس، كما قال سبحانه: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ ۖ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَىٰ أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنبِطُونَهُ مِنْهُمْ ۗ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا﴾ {النساء:٨٣}.

٤– استحضار العواقب وما ينتج عن نشر الشائعات[٢] من انتشار الفواحش وظهور الفتن، كما أخبر عز من قائل ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَن تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ۚ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾ {النور: ١٩}، وقال سبحانه: ﴿وَاتَّقُوا فِتْنَةً لَّا تُصِيبَنَّ الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنكُمْ خَاصَّةً ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ﴾ {الأنفال: ٢٥}.

٥– النهي عن القيل والقال كما في الحديث: (الله كره لكم ثلاثا قيل وقال وإضاعة المال وكثرة السؤال) (البخاري: ١٤٧٧)، والنهي عن التخمين وسوء الظن، كما لُعِنَ وقُبِّحَ المُرتابون وأهل الظنون ودُعي عليهم بقوله سبحانه ﴿قُتِلَ الْخَرَّاصُونَ﴾ {الذاريات: ١٠}.

٦– أن يقدم المسلم حسن الظن بأخيه المسلم[٣]، وأن ينزل أخاه بمنزلته قبل إصدار الأحكام، كما قال تعالى ﴿لَّوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هذا إِفْكٌ مُّبِينٌ﴾ {النور: ١٢}، وكما دخل أبو أيوب على زوجته بعد انتشار شائعة الإفك عن عائشة أم المؤمنين رضي الله عنها، فسأل زوجته: "أرأيت لو كنت مكان عائشة أكنت تفعلين ذلك؟ فقالت: لا والله. فقال: فوالله إن عائشة خير منك[١].

٧– التفكير في محتوى الشائعة[٢]، حيث أن بعضها –منطقياً– غير قابل للتصديق بتاتاً، كما قال تعالى ﴿لَّوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هذا إِفْكٌ مُّبِينٌ﴾ {النور: ١٢}، فقوله ﴿وَقَالُوا هذا إِفْكٌ مُّبِينٌ﴾ دليل على أن بالتفكير في هذه الشائعة المشينة وللوهلة الأولى فور سماعها، يتبين للمؤمنين والمؤمنات أنها إفك مبين، غير قابل للقبول أو التصديق.

المطلب الثاني: أساليب ووسائل إعلامية في معالجة الشائعة.

تحت سيطرة وقوة الوسائل الإعلامية في الوقت الحاضر، وظهور أجهزة الكترونية جديدة، وازدياد عدد مشتركي الانترنت، وظهور وسائل الاتصال الاجتماعية الجديدة بين كل فترة وأخرى، فقد أصبح عبارة (العالم قرية صغيرة) لا يؤدي معناها الكبير كما في السابق، وأدى كل ذلك لنشوء بيئة خصبة لانتشار الشائعات بشكل غير مسبوق[٣]، وحيث أصبح الكل تقريباً، يمتلك هاتفاً ذكياً يستقبل رسائل وأخباراً على حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر والفيسبوك وغيرهما، ولا شك أن بعض من يستخدمون هذه الأجهزة هم صغار السن الذين لا يقدرون العواقب المترتبة من إطلاق الشائعات ونقلها بين مستخدمي التكنولوجيا، وبالتالي تنتشر الشائعات بسهولة، ومن خلال المشاهدة والنظر إلى واقع الناس فإن وسائل الإعلام أصبحت تلعب دوراً فعالاً في تكوين الرأي العام بين فئات المجتمع وتثقيفهم نحو اتجاه معين، فصار من الواجب إعلامياً، وأكثر من أي وقت مضى، اتباع أساليب ووسائل إعلامية في معالجة الشائعة من قبل الإعلاميين والقنوات الإعلامية، منها:

١- التأكد من الخبر والتثبت منه قبل تصديقه أو نشره عبر الوسائل المتاحة للتأكد من الخبر سواء من مصدره الذي أطلقه أو مصدره الذي يعنيه هذا الخبر[١].
٢- ضرورة التفكير ولو للحظات في محتوى الأخبار من قِبل المؤسسات الإعلامية، قبل ترديديها ونشرها، حيث أن بعضها غير قابل للتصديق منطقيا[٢].
٣- التفكر في عواقب النشر الجزاف وأضراره على المجتمع، وحتى على مستوى عواقب المسائلة القانونية، قبل التفكير بالنشر[٣].
٤- عدم ترديد الشائعة وكتمانها حيث أن ذلك من أنجح الوسائل للقضاء عليها لأن الكتمان يميتها ويوقف انتشارها، كما أن السماح بتمريرها لأشخاص آخرين يساهم في تداولها من قبل الأفراد في المجتمع، وبالتالي سريانها دون توقف، فلو أن كل شخص وصلته شائعة وقام بمسحها من جهازه لما استمرت هذه الشائعات بالانتقال من مستخدم إلى آخر ولجنبنا المجتمع الكثير من الشرور[٤].
٥- استحضار الولاء للوطن والشعور بالمسئولية عند جميع العاملين في المؤسسات الإعلامية، ومعرفة أن الشائعة تضر بالوطن وبكل من يعيش على أرضه[٥].
٦- التوجه نحو انتاج برامج عديدة ومتنوعة يغرس في المواطنين نبذ الشائعات والقضاء عليها، وبرامج ومقاطع إعلامية وتوعوية لتوضيح القوانين الجزائية الرادعة لمطلقي الشائعات.

الخاتمة:

مادام الشائعة كالنار في الحشيش في يوم عاصف، ولها من التأثير السلبي على المجتمع والفرد بشكل عام، وعلى خواص المجتمع ورموزه بشكل خصوصي، فعلينا أن ندرك:

١- أن الشائعات يمكن مواجهتها بتعميق الإيمان باللّه تعالى، ومراقبته، والخوف منه، مع ربط ذلك بمسؤولية الكلمة، وخطورة تداول الحديث ونقله، فضعف التربية الإيمانية، مدخل شياطين الإنس والجن، في هذا الباب، فمن خاف الله تثبت، ومن خاف الله تحرى، "وكفى بالمرء كذباً أن يحدث بكل ما سمع" (أبو داود: ٤٩٩٢).

٢- تدارك فقه الواقع وإدراكه ومعرفة لوازمه، ومعرفة قواعد الحذر، ومعالم أخذ الحيطة، فالأمر جد خطير، إذ العدو يريد استئصالنا، ويزيلنا من خريطة الحياة، فعلينا أن نقابل الخطة بالخطة والوسيلة بالوسيلة، بأحدث ما توصل له العقل البشري، في كل المسائل.

٣- إن مواجهة الشائعات والحرب النفسية، تحتاج إلى صبر وأناة، وتريث وهدوء، لأن العدو يريد لك أن تفلت أعصابك، وتقع في التخبط والغلط، حتى يوقعك في فخ الغباء والعشوائية، فيكسب الرهان، وتخسر المعركة.

٤- رصد الموقف بدقة، والتمتع بحكمة بالغة، وفي مثل هذه المعارك، غياب الحكمة غالباً يكون في صالح العدو.

٥- الأخذ بالأسباب الناجعة في معالجة الموقف، من خلال خطة مرسومة، وأدوات متطورة، ولكل زمان وسائله وأدواته، فالصبر والحكمة، لا يعنيان الصمت والسكوت وعدم المواجهة، فهذا خلل كبير إن حدث، من هنا نجد كيف أن القرآن الكريم فند ادعاءات المشركين، ورد على شبهات المبطلين، ومثالاً في زمن النبوة، أن النَّبيّ صلى الله عليه وسلم دخلَ مَكةَ في عمرةِ القضاءِ وابنُ رواحةَ بينَ يدَيهِ يقولُ خلُّوا بني الكفّارِ عن سبيلِه اليومَ نضربكم على تأوليهِ ضربًا يزيلُ الهامَ عن مقيلِه ويذهلُ الخليلَ عن خليلِه فقالَ عمرُ يا ابنَ رواحةَ في حرمِ اللَّهِ وبينَ يدي رسولِ اللَّهِ صلى الله عليه وسلم تقولُ الشِّعرَ فقالَ النَّبيُّ صلى الله عليه وسلم: خلِّ عنهُ فوالَّذي نفسي بيدِه لَكلامُه أشدُّ عليهم من وقعِ النَّبلِ" (النسائي: ٢٨٩٣).

٦- الحذر كل الحذر من الدخول في معارك لا نفع منها، وذلك من خلال ترتيب الأولويات بشكل مدروس، وتنظيم جدول التصدي بصورة دقيقة، فكثير من الشائعات، ينبغي ألا نلتفت لها، ولا تشغلنا عن مهامنا، وبعض الأشخاص يروق له أن ترد عليه حتى يشتهر، وفي بعض الأحيان يكون الأخذ والرد هو السبب في نشر الشائعة، فالأمر دقيق وحساس، ولا بد من الدقة في التعاطي معه.

٧- العناية كثيراً بالصنف الذي ذكروا بقول الله تعالى: (وَفِيكُمْ سَمَّاعُونَ لَهُمْ) {التوبة:٤٧}، هذا الصنف هو مدخل الشر، ونافذة السوء، حيث يسيرون وراء كل ناعق، ويركضون وراء كل صيحة، فلا يفهمون معنى التثبت، ويلتقطون الشائعات، ومن خلال عملهم هذا يخدمون العدو، حتى شاع عن بعض الناس أنه إذا أردت أن تنشر قضية، أسمِعها لفلان، وهذا الصنف الفضولي، غالباً ما يمتلك من الأساليب ومهارة النقل، الشيء العجيب، لكن بلا تثبت ولا دراية، فهو كحاطب ليل، هؤلاء يحتاجون إلى توعية وتدريب وتربية.

المصادر.

إبراهيم أحمد أبو عرقوب: سيكولوجية الإشاعة، ط١، ١٩٩٤، مؤسسة وائل للنسخ، عمان-الأردن.

ابن منظور، جمال الدين أبو الفضل محمد بن مكرم: لسان العرب، مج٢، باب الخاء، مادة خبر، دار المعارف، بيروت-لبنان.

ابن وهب: البرهان في وجوه البيان، تحقيق احمد مطلوب وخديجة الحديثي، ط١، ١٩٨٧، بغداد-العراق.

أحمد بن عبد الحليم بن تيمية الحراني، النبوات، ط١، ١٩٨٥، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان.

إسماعيل بن كثير: تفسير ابن كثير، تحقيق سامي بن محمد سلامة، ط٢، ١٩٩٩، دار طيبة للنشر والتوزيع، الرياض-السعودية، ج٢.

جلال الدين الحمامصي: المندوب الصحفي، الكتاب الأول، ط١، ١٩٦٣، دار المعارف، القارة-مصر.

جواد عبد الستار: فن كتابة الأخبار، عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، ط٢، ٢٠٠١، دار مجدلاوي، عمان-الأردن.

جون هوهنبرغ: الصحفي المحترف، ترجمة فؤاد مويساتي، تقديم ياسر هواري، ط١، ١٩٦٠، المؤسسة الأهلية للطباعة والنشر، بيروت-لبنان.

ذياب موسى البداينة: استخدام التقنيات الحديثة في الشائعات، ط١، ٢٠٠١، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض-السعودية.

زيدان عبد الباقي: وسائل الاتصال، ط١، ١٩٧٩، دار غريب، القاهرة-مصر.

سيد قطب: في ظلال القرآن، ط١٠، ١٩٨٠، دار الشروق، بيروت-لبنان، مج٣.

عبد الحي عبد السميع: الخبر في القرآن الكريم: رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الإسلامية والاجتماعية.

عبد الفتاح عبد الغني الهمص، فايز كمال شلدان: الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد الثامن عشر، العدد الثاني، ٢٠١٠.

عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، ط٢، ١٩٥٨، دار الفكر العربي، القاهرة–مصر.

عبد الله بدران: الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، ط١، ٢٠٠٢، دار المكتبي، دمشق–سوريا.

عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، ط١، ١٩٨٥، مكتبة القدسي، بيروت–لبنان.

علي بن فايز الجحني: "ماهية الشائعة–التطور التاريخي"، ورقة بحث مقدمة في ندوة "أساليب مواجهة الشائعات" لأكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، المنعقد في ٢٠٠١، كتاب أعمال الندوة.

عوض هاشم والمهدي الجندوبي، دليل كتابة الخبر، نشر وزارة الإعلام بالبحرين، ط١، ٢٠١٠.

فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، ط١، ٢٠٠٨، دار الشروق للنشر والتوزيع، الإسكندرية–مصر.

فريزر بوند: مدخل إلى الصحافة، ترجمة راجي صهيون، مراجعة إبراهيم داغر، ط٢، ١٩٨٨، دار بدران للنشر، بيروت–لبنان.

كورستين ماكدوغال: مبادئ تحرير الأخبار، ترجمة: أديب خضور، ط١، ٢٠٠٠، المكتبة الإعلامية، دمشق–سوريا.

مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط، ط٤، ٢٠٠٤، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة–مصر.

محمد بن جرير بن يزيد بن كثير بن غالب الآملي، أبو جعفر الطبري (ت: ٣١٠هـ): جامع البيان في تأويل القرآن، تح: أحمد محمد شاكر، ط١، ٢٠٠٠، مؤسسة الرسالة، بيروت–لبنان.

محمد سلمان الحتو: مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها، ط١، ٢٠١٢، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان–الأردن.

محمد سيد طنطاوي: الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام، ط١، ٢٠٠١، دار الشروق، القاهرة–مصر.

محمد عبد القادر حاتم: الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعاية، ط١، ١٩٧٣، مكتبة لبنان، بيروت–لبنان.

محمد عثمان الخشت: الشائعات وكلام الناس، ط١، ١٩٩٦، مكتبة ابن سيناء، القاهرة–مصر.

محمد فريد محمود عزت: دراسات في فن التحرير الصحفي في ظل معالم قرآنية، ط١، ١٩٨٤، دار الشروق، جدة–السعودية.

محمد مرتضى الحسني الزبيدي: تاج العروس من جواهر القاموس، ج١١، ط١، ١٩٨٧، الكويت–الكويت.

محمود أبو زيد: الشائعات والضبط الاجتماعي، ط١، ١٩٨٠، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية–مصر.

وليم الميري: الأخبار مصادرها ونشرها، ط١، ١٩٦٨، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة–مصر.

مدونة سليم الخليفاوي http://alkelefawycom.blogspot.com/2012/07/blog-post_26.html

موقع جسد الثقافة http://aljsad.com/forum28/thread18641

ميثاق الشرف الصحفي لجمعية الصحفيين البحرينية، على موقع الجمعية https://bajournalists.wordpress.com

جريدة أيام بريس الإلكترونية–مغربية مستقلة< ثقافة http://www.ayampress.com

Abdel Hai Abdel Samie: *The news in the Holy Qur'an*: an unpublished master's thesis, Hadj Lakhdar University Batna, Faculty of Islamic and Social Sciences.

Abdel Latif Hamza: *The Introduction to the Art of Press Editing*, 2nd Edition, 1958, Dar Al-Fikr Al-Arabi, Cairo - Egypt.

Abdel-Fattah Abdel-Ghani Al-Hams, Fayez Kamal Shaldan: *The psychological and social dimensions of spreading rumors through the media and ways to treat them from an Islamic perspective*, The Islamic University Journal, Volume Eighteen, Issue Two, 2010.

Abdullah Badran: *The Press Release in the Islamic Media Curriculum*, 1st Edition, 2002, Dar Al-Maktabi, Damascus - Syria.

Abdul-Wahhab Kahil: *Scientific and Applied Foundations of Islamic Media*, 1st Edition, 1985, Al-Qudsi Library, Beirut - Lebanon.

Ahmed bin Abdul Halim bin Taymiyyah Al-Harrani, *The Prophecies*, 1st Edition, 1985, Dar Al-Kutub Al-Ilmiyya, Beirut - Lebanon.

Ali bin Fayez al-Jahni: "*What is a rumor-historical development*", a research paper presented in the symposium "Methods of Confronting Rumors" of the Naif Arab Academy for Security Sciences, held in 2001, the book of the proceedings of the symposium.

Arabic Language Complex: *Intermediate Dictionary*, 4th Edition, 2004, Al Shorouk International Library, Cairo - Egypt.

Awad Hashem and Al-Mahdi Al-Jindoubi, *Guide to Writing the News*, published by the Ministry of Information in Bahrain, 1st Edition, 2010.

Corsten McDougall: *Principles of News Editing*, translated by: Adeeb Khaddour, 1st Edition, 2000, Media Library, Damascus - Syria.

Farouk Abu Zaid: *The Art of the Press Release*, 1st Edition, 2008, Dar Al-Shorouk for Publishing and Distribution, Alexandria - Egypt.

Fraser Bond: *An Introduction to the Press*, translated by Raji Zion, revised by Ibrahim Dagher, 2nd edition, 1988, Dar Badran Publishing, Beirut - Lebanon.

Ibn Manzoor, Jamal al-Din Abu al-Fadl Muhammad ibn Makram: *Lisan al-Arab*, Volume 2, Bab al-Kha, article of news, Dar al-Maaref, Beirut - Lebanon.

Ibn Wahb: *The Proof in the Faces of the Statement*, investigated by Ahmed Matlab and Khadija Al-Hadithi, 1st edition, 1987, Baghdad - Iraq.

Ibrahim Ahmed Abu Arqoub: *The Psychology of Rumor*, 1st Edition, 1994, Wael Transcription Institute, Amman - Jordan.

Ismail Bin Kathir: *Interpretation of Ibn Katheer*, Investigated by Sami Bin Muhammad Salama, 2nd Edition, 1999, Dar Taiba for Publishing and Distribution, Riyadh - Saudi Arabia, Volume 2.

Jalal Al-Din Al-Hamamsi: *The Press Delegate*, Book One, 1st Edition, 1963, Dar Al-Maaref, Al-Qara - Egypt.

Jawad Abdel Sattar: *The Art of Writing News*, A Comprehensive Exposition of Journalistic Templates and Modern Editing Methods, 2nd Edition, 2001, Majdalawi House, Amman - Jordan.

John Hohenberg: *The Professional Journalist*, translated by Fouad Mouissati, presented by Yasser Hawari, 1st edition, 1960, the National Institution for Printing and Publishing, Beirut - Lebanon.

Mahmoud Abu Zeid: *Rumors and Social Control*, 1st Edition, 1980, General Egyptian Book Organization, Alexandria - Egypt.

Muhammad Abdel Qader Hatem: *Public Opinion and Its Impact on Media and Propaganda*, 1st Edition, 1973, Library of Lebanon, Beirut - Lebanon.

Muhammad bin Jarir bin Yazid bin Katheer bin Ghaleb Al-Amali, Abu Jaafar Al-Tabari (died: 310 AH): *Jami' al-Bayan fi Interpretation of the Qur'an*, edited by: Ahmed Muhammad Shaker, 1st Edition, 2000, Al-Resala Foundation, Beirut - Lebanon.

Muhammad Farid Mahmoud Ezzat: *Studies in the Art of Press Editing in the Light of Quranic Landmarks*, 1st Edition, 1984, Dar Al-Shorouk, Jeddah - Saudi Arabia.

Muhammad Murtada Al-Hasani Al-Zubaidi: *The Crown of the Bride from the Jewels of the Dictionary*, Volume 11, 1st Edition, 1987, Kuwait - Kuwait.

Muhammad Othman Al-Khasht: *Rumors and People's Words*, 1st Edition, 1996, Ibn Sina Library, Cairo - Egypt.

Muhammad Salman Al-Hato: *Methods of Writing and Editing Media News*, 1st Edition, 2012, Dar Osama for Publishing and Distribution, Amman - Jordan.

Muhammad Sayed Tantawi: *False rumors and how Islam fought them*, 1st Edition, 2001, Dar Al-Shorouk, Cairo - Egypt.

Sayyid Qutb: *In the Shadow of the Qur'an*, 10th Edition, 1980, Dar Al-Shorouk, Beirut - Lebanon, Vol. 3.

Theyab Musa Al-Badayna: *Using Modern Technologies in Rumors*, 1st Edition, 2001, Naif Arab University for Security Sciences, Riyadh - Saudi Arabia.

William Al-Mary: *News, Sources and Publishing*, 1st Edition, 1968, Anglo-Egyptian Library, Cairo - Egypt.

Zidan Abdel-Baqi: *The means of communication*, 1st edition, 1979, Dar Gharib, Cairo - Egypt.

Salim Al-Khelefawy's blog http://alkelefawycom.blogspot.com/2012/07/blog-post_26.html

Body of Culture website http://aljsad.com/forum28/thread18641

The press code of honor of the Bahraini Journalists Association, on the association's website https://bajournalists.wordpress.com

Ayam Press - independent Moroccan electronic newspaper > Culture http://www.ayampress.com

الهوامش:

(١) عبد الحي عبد السميع: *الخبر في القرآن الكريم*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الإسلامية والاجتماعية، ص: ٦.

(2) انظر: محمد سلمان الحتو: *مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها*، ط١، ٢٠١٢، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، ص: ١٢.

(١) ابن منظور، جمال الدين أبو الفضل محمد بن مكرم: *لسان العرب*، مج٢، باب الخاء، مادة خبر، دار المعارف، بيروت–لبنان، ص: ١٠٩٠.

(٢) ابن وهب: *البرهان في وجوه البيان*، تحقيق احمد مطلوب وخديجة الحديثي، ط١، ١٩٨٧، بغداد–العراق، ص: ١٢.

(٣) محمد مرتضى الحسني الزبيدي: *تاج العروس من جواهر القاموس*، ج١١، ط١، ١٩٨٧، الكويت–الكويت، ص: ١٢٥.

(٤) مجمع اللغة العربية: *المعجم الوسيط*، ط٤، ٢٠٠٤، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة–مصر، ص: ٢١٥.

(٥) عبد الله بدران: *الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي*، ط١، ٢٠٠٢، دار المكتبي، دمشق–سوريا، ص: ٢٢.

(١) جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور الأنصاري، *لسان العرب*، ط١، ٢٠٠٣، دار صادر، بيروت–لبنان، مادة نبأ، ص: ١٦٢، ١٦٣.

(٢) هو أبو زكريا يحيى بن زياد بن عبد الله الديلمي المعروف بالفراء (١٤٠–٢٠٧ هـ)، كان أعلم الكوفيين بالنحو بعد الكسائي، له مصنفات عدة منها: معاني القرآن، اللغات والمصادر في القرآن، النوادر. انظر: بغية الوعاة، ج٢، ص: ٣٣٣.

(٣) أحمد بن عبد الحليم بن تيمية الحراني: *النبوات*، ط١، ١٩٨٥، دار الكتب العلمية، بيروت–لبنان، ص: ٣٣٦–٣٣٧.

(٤) جون هوهنبرغ: *الصحفي المحترف*، ترجمة فؤاد مويساتي، تقديم ياسر هواري، ط١، ١٩٦٠، المؤسسة الأهلية للطباعة والنشر، بيروت–لبنان، ص: ٦٨.

(١) تم اقتباس أغلب هذه التعريفات من كتب الصحافة التالية: عبد اللطيف حمزة: *المدخل في فن التحرير الصحفي*، ط٢، ١٩٥٨، دار الفكر العربي، القاهرة–مصر. وكورستين ماكدوغال: *مبادئ تحرير الأخبار*، ترجمة: أديب خضور، ط١، ٢٠٠٠، المكتبة الإعلامية، دمشق–سوريا، ٢٠٠٠. وفاروق أبو زيد: *فن الخبر الصحفي*، ط١، ٢٠٠٨، دار الشروق للنشر والتوزيع، الإسكندرية–مصر. نقلاً عن: عوض هاشم والمهدي الجندوبي، *دليل كتابة الخبر*، نشر وزارة الإعلام بالبحرين، ط١، ٢٠١٠، ص: ٢١٤.

(٢) نقلاً عن: فريزر بوند: *مدخل إلى الصحافة*، ترجمة راجي صهيون، مراجعة إبراهيم داغر، ط٢، ١٩٨٨، دار بدران للنشر، بيروت–لبنان، ص: ١١٨.

(٣) جلال الدين الحمامصي: *المندوب الصحفي*، الكتاب الأول، ط١، ١٩٦٣، دار المعارف، القارة–مصر، ص: ٢٤.

(٤) فاروق أبو زيد: *فن الخبر الصحفي*، المرجع السابق، ص: ٢٤.

(١) صحفي أمريكي (١٨٤٨–١٩١١) مؤسس عدد من الصحف الأمريكية وصاحب الجائزة المعروفة باسمه التي تمنح للأعمال المتميزة.

(٢) فاروق أبو زيد: *فن الخبر الصحفي*، المرجع السابق، ص: ٢٧.

(٣) وليم الميري: *الأخبار مصادرها ونشرها*، ط١، ١٩٦٨، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة–مصر، ص: ١٩، ٢٠. ومعنى الداخلية أو المحلية: هي التي تصف أحداثاً أو نشاطاً مما يقع داخل الوطن أو تتعلق بالوطن وأبنائه، حتى لو وقع هذا النشاط خارج حدود الوطن، ومصادره في الغالب أجنبية كوكالات الأنباء. والخارجية أو الدولية أو العالمية: فهي التي تخبر عن النشاطات أو الأحداث التي تقع خارج حدود البلد.

(٤) موقع جسد الثقافة> السَّرد، الفِكر، والإعلام> إعلام وصحافة> http://aljsad.com/forum28/thread18641 والمراد بالمتوقعة: وهي عندما يتلقى المحرر دعوة لحضور فعالية ما لتغطيتها، يكون معلوما للمحرر زمن الخبر، فهو خبر متوقع. وغير المتوقعة: كأخبار الكوارث والحوادث الطارئة والتي لا يمكن التنبؤ بها.

(٥) جريدة أيام بريس الإلكترونية–مغربية مستقلة>هيئة التحرير> ثقافة http://www.ayampress.com والخبر القصير: يتم فيه الإجابة عن أربعة أسئلة على الأقل، ولا يتجاوز ستة أسطر ويكون بدون عنوان. والموضح: يصل إلى عشرين سطراً، وله عنوان. والمركب: مجموعة من الأخبار تقدم كمادة إعلامية واحدة يكون الرابط بينها هو وحدة الحدث أو وحدة الموضوع.

(١) وليم الميري: *الأخبار مصادرها ونشرها*، المرجع السابق، ص: ٢٣. وموقع جسد الثقافة http://aljsad.com/forum28/thread18641

(٢) مدونة سليم الخليفاوي http://alkelefawycom.blogspot.com/2012/07/blog-post_26.html ومعنى الصحفي: ويسمى (بالمقروء) هو الذي يتحمل الإسهاب في التفاصيل، كما لا يتحمل التعقيد في الصياغة وطول الجملة، لذا فهو أسهل أنواع الأخبار التي تكتب من قبل الصحفي، أما قارئ هذا الخبر فلديه الوقت الكافي لقراءته ومراجعته متى يشاء لأنه مطبوع ومحفوظ على الورق. والإذاعي: ويسمى (بالمسموع) وهنا يتحتم على كاتب الخبر أن يكتبه بعبارات سلسة خالية من أي ألفاظ معقدة ويمتاز بجمل قصيرة كي لا يمله السامع. والتلفزيوني: ويسمى (بالمرئي) يعتمد هذا الخبر في الأساس على الصورة التي ترافقه حتى لو كانت صورة ساكنة، ومتى ما فقد هذه الخاصية يكون

خبراً إذاعياً ويجب أن يكون مرتباً حسب اللقاءات الشخصية مع التعليق والصور. والالكتروني: وهو نفس الخبر الصحفي ولكن لا يتحمل الإسهاب، فالأفضل فيه أن يكون قصيراً ولكن شاملاً للحدث.

(٣) جريدة أيام بريس الإلكترونية–مغربية مستقلة>هيئة التحرير> ثقافة http://www.ayampress.com والجاهز: هو الخبر الذي لا يبذل الصحفي جهداً في الحصول عليه، فهو يصله على سبيل المثال جاهزاً عن طريق إدارات العلاقات العامة بالوزارات والهيئات. والمصنوع: هو خبر جديد وهام، يبذل الصحفي جهداً للحصول عليه والذي تزداد معه الحصول على السبق الصحفي.

(٤) نفس المصدر: والمجرد: هو الخبر الذي يقتصر على تسجيل الوقائع أو سرد المعلومات، دون تقديم خلفية من المعلومات والتفاصيل. والمفسر: هو الخبر الذي يضيف خلفيات ومعلومات وبيانات توضح وتفسر الأحداث وأبعادها المختلفة، دون أن يزج المحرر برأيه في الخبر حتى لا يفقد صفة الموضوعية.

(١) إسماعيل بن كثير: *تفسير ابن كثير*، تحقيق سامي بن محمد سلامة، ط٢، ١٩٩٩، دار طيبة للنشر والتوزيع، الرياض–السعودية، ج٢، ص: ٢٢٢.

(٢) محمد فريد محمود عزت: *دراسات في فن التحرير الصحفي في ظل معالم قرآنية*، ط١، ١٩٨٤، دار الشروق، جدة–السعودية، ص: ٢٢.

(١) نرى نصوصاً وبنوداً مشابهة لما جاء في هذه النقاط، وأن الذي اعتمده الباحث تلخيص لما جاء في ميثاق الشرف الصحفي لجمعية الصحفيين البحرينية، على موقع الجمعية https://bajournalists.wordpress.com .

(٢) عبد الوهاب كحيل: *الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي*، ط١، ١٩٨٥، مكتبة القدسي، بيروت–لبنان، ص: ١٠٩.

(٣) جواد عبد الستار: *فن كتابة الأخبار*، عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، ط٢، ٢٠٠١، دار مجدلاوي، عمان–الأردن، ص: ١٧.

(١) أنظر: سيد قطب: *في ظلال القرآن*، ط١٠، ١٩٨٠، دار الشروق، بيروت–لبنان، مج٣، ص: ١٦٦٣.

(١) ابن منظور، جمال الدين أبو الفضل محمد بن مكرم: *لسان العرب*، مج٤، المصدر السابق، ص: ٢٣٧٨. ومجمع اللغة العربية: *المعجم الوسيط*، المصدر السابق، ص: ٥٢٣.

(٢) محمد عثمان الخشت: *الشائعات وكلام الناس*، ط١، ١٩٩٦، مكتبة ابن سيناء، القاهرة–مصر، ص:١١–١٣.

(٣) محمود أبو زيد: *الشائعات والضبط الاجتماعي*، ط١، ١٩٨٠، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية–مصر، ص: ٦٥.

(٤) محمد عبد القادر حاتم: *الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعاية*، ط١، ١٩٧٣، مكتبة لبنان، بيروت–لبنان، ص: ١٨٠.

(٥) علي بن فايز الجحني: "*ماهية الشائعة–التطور التاريخي*"، ورقة بحث مقدمة في ندوة "أساليب مواجهة الشائعات" لأكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، المنعقد في ٢٠٠١، كتاب أعمال الندوة، ص: ٢٣٦.

(٦) زيدان عبد الباقي: *وسائل الاتصال*، ط١، ١٩٧٩، دار غريب، القاهرة–مصر، ص: ٤٥٠.

(١) إبراهيم أحمد أبو عرقوب: *سيكولوجية الإشاعة*، ط١، ١٩٩٤، مؤسسة وائل للنسخ، عمان–الأردن، ص: ٨–١٢.

(٢) نفس المصدر: ص: ١٢.

(١) محمد سيد طنطاوي: *الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام*، ط١، ٢٠٠١، دار الشروق، القاهرة–مصر، ص: ١٨٧.

[١] عبد الفتاح عبد الغني الهمص، فايز كمال شلدان: *الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي*، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد الثامن عشر، العدد الثاني، ٢٠١٠، ص: ٢٧.

[٢] عبد الفتاح عبد الغني الهمص، فايز كمال شلدان: *الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي*، المصدر السابق، ص: ٢٦.

[٣] محمد سيد طنطاوي: *الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام*، المصدر السابق، ص: ٢١٤-٢٢٠.

[١] محمد بن جرير بن يزيد بن كثير بن غالب الآملي، أبو جعفر الطبري (ت: ٣١٠هـ): *جامع البيان في تأويل القرآن*، تح: أحمد محمد شاكر، ط١، ٢٠٠٠، مؤسسة الرسالة، بيروت-لبنان، ص: ٣٥١.

[٢] عبد الفتاح عبد الغني الهمص، فايز كمال شلدان: *الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي*، المصدر السابق، ص: ٢٤-٢٥.

[٣] ذياب موسى البداينة: *استخدام التقنيات الحديثة في الشائعات*، ط١، ٢٠٠١، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض-السعودية، ص: ٤٩، بتصرف.

[١] محمد سيد طنطاوي: *الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام*، المصدر السابق، ص: ١٨٧.

[٢] عبد الفتاح عبد الغني الهمص، فايز كمال شلدان: *الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي*، المصدر السابق، ص: ٢٤-٢٥.

[٣] نفس المصدر: ص: ٢٦، بتصرف.

[٤] نفس المصدر: ص: ٢٧.

[٥] محمد سيد طنطاوي: *الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام*، المصدر السابق، ص: ٢١٤-٢٢٠.